

УДК 339.13

Фершлядин Олег

Fershlyadyn Oleh

Науковий керівник: к.е.н, доцент Оксентюк Б. А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ВПОРЯДКУВАННЯ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ORDERING OF FORMATION FACTORS OF COMPETITIVE
CAPACITY OF THE ENTERPRISE**

Однією з умов становлення і розвитку ринкової економіки є створення конкурентного середовища та організація взаємодії економічних суб'єктів, які конкурують між собою у сфері виробництва і подальшого просування на ринок товарів та послуг. Конкуренція є тією рушійною силою, яка спонукає господарюючі суб'єкти, що прагнуть закріпити та посилити свої конкурентні позиції на ринку, до випуску нових видів продуктів. Тим самим вона виступає безпосередньою причиною виникнення одних виробництв і галузей, а також поступового відмирання і зникнення інших. Проте, для визначення власних позицій, підприємству необхідно дослідити та виокремити фактори, що впливають на можливості отримання додаткових переваг у конкурентній боротьбі.

Найбільш розповсюдженою в економічній літературі є класифікація факторів формування конкурентоспроможності підприємств на зовнішні та внутрішні. Виокремлення саме таких факторів є логічним, оскільки для визначення конкурентоспроможності підприємства необхідно враховувати не лише процеси, що протікають на підприємстві, перетворення, що відбуваються на ньому, результативність діяльності, але й динаміку змін, що пов'язані із зовнішнім середовищем. Це необхідно для того, щоб своєчасно й адекватно реагувати на них.

Факторами зовнішнього впливу на конкурентоспроможність підприємства є: постачальники, споживачі, конкуренти, соціокультурне середовище, економічне середовище, природне середовище, науково-технічне середовище, політико-правове середовище, міжнародне оточення.

Фактори формування конкурентоспроможності макrorівня, зазвичай ототожнюються із внутрішніми факторами

У процесі формуванні конкурентоспроможності підприємства рівень конкурентоспроможності продукції, визначається співвідношенням між показниками, що оцінюють рівень корисності продукції для споживача, а саме якістю продукції, сервісних послуг, споживчими якостями, рівнем маркетингового сприяння збуту продукції.

Безперечно, фактори конкурентоспроможності продукції є достатньо вагомими при формуванні конкурентоспроможності підприємства – воно не може бути конкурентоспроможним, якщо його товар не має збуту. При цьому, структура конкурентоспроможного потенціалу складається з: виробничо-фінансових можливостей (виробничий, фінансовий, комунікаційний потенціал); інтелектуальних можливостей (інноваційний, маркетинговий, управлінський потенціал); трудових можливостей (трудовий, мотиваційний потенціал) підприємства.

Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності для кожного її рівня мають власну специфіку. В залежності від комбінації факторів впливу, конкретне підприємство характеризується досягнутим рівнем та особливим характером формування конкурентоспроможності. Запропонована ієрархія факторів конкурентоспроможності підприємств дозволяє розробити систему показників конкурентоспроможності та методи її оцінки, спрямувати їх на нейтралізацію існуючих проблем підприємства.